

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Контекстная реклама

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.17 Контекстная реклама относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1: Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации УК-1.2: Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов.	УК-1.1: Знать методы и принципы сбора, отбора и обобщения информации Уметь соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности Владеть навыками системного и критического мышления в процессе сбора и хранения информации  УК-1.2: Знать методы работы с информационными объектами и сетью Интернет; Уметь применять методы работы с информационными объектами и сетью Интернет; Владеть практическим опытом работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов	Доклад-презентация Собеседование	Экзамен: Кейс-задание
ПК-8: Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования	ПК-8.1: Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке	ПК-8.1: Знать основы поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию	Доклад-презентация Собеседование	Экзамен: Кейс-задание

в коммуникационной и рекламной деятельности	<p>ПК-8.2: Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p>	<p>на рынке</p> <p>Уметь осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке</p> <p>Владеть навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке</p> <p>ПК-8.2:</p> <p>Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>Уметь применять на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>Владеть навыками медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p>		
<p>ПК-9: Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-9.1: Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии</p> <p>ПК-9.2: Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>ПК-9.3: Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию</p> <p>ПК-9.4: Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности</p>	<p>ПК-9.1:</p> <p>Знать особенности разработки концепции продвижения продукта, коммуникационные цели и маркетинговые стратегии</p> <p>Уметь разрабатывать концепции продвижения продукта, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии</p> <p>Владеть практическими навыками разработки концепции продвижения продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>ПК-9.2:</p> <p>Знать теоретические основы маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>Уметь осуществлять выбор</p>	<p>Доклад-презентация</p> <p>Собеседование</p>	<p>Экзамен:</p> <p>Кейс-задание</p>

		<p>маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>Владеть навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>ПК-9.3:</p> <p>Знать основы продвижения рекламного и коммуникационного продукта, основы бюджетирования проекта</p> <p>Уметь разрабатывать план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формировать проект бюджета на его реализацию</p> <p>Владеть навыками разработки плана мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию</p> <p>ПК-9.4:</p> <p>Знать теоретические и практические основы изучения установок аудитории</p> <p>Уметь исследовать предпочтения и установки аудитории, использовать эту информацию в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть навыками изучения предпочтений и установок аудитории, использования этой информации в профессиональной деятельности</p>		
--	--	--	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
--	-------	---------



КСР	1	2					1	2		
Итого	108	108	0	0	32	10	33	12	39	87

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Основы контекстной рекламы Реклама, связанная с интересами пользователя. Реклама, связанная с текстом. Как работает контекстная реклама

Тема 2. Основные системы классической контекстной рекламы Рынок контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы: Яндекс.Директ, Google AdWords, «Бегун», Rorer, MediaTarget. Сертифицированные рекламные агентства и специалисты

Тема 3. Контекстные объявления в социальных сетях Реклама в социальных сетях, в блогах и на форумах. Поисковая реклама. Контекстно-зависимая реклама. Типовые стратегии контекстных рекламных кампаний. Распространенные ошибки контекстных рекламных кампаний. Автоматизация работы с контекстной рекламой.

Тема 4. Подготовка контекстных объявлений Особенности инструмента «Написание контекстных объявлений». Обязательные элементы контекстных объявлений: заголовки, основной текст, отображаемая ссылка. Дополнительные элементы контекстных объявлений: быстрые ссылки, уточнения.

Тема 5. Оценка эффективности контекстной рекламы Цели и конверсия. Инструменты веб-аналитики. Методы повышения эффективности контекстных рекламных компаний. Исследование поведения пользователей до конверсии. Кликфрод: причины, распознавание и борьба с ним

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 6 ч., заочная форма обучения - 10 ч.

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Перечень вопросов для собеседования на семинарских занятиях:

1. В чем выражены особенности влияния конъюнктуры на внутренний и внешний рынок товаров и услуг?
2. Как систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований?
3. Какие инновационные технологии применяют в торговом бизнесе?
4. В чем специфика применения инновационные технологии в торговом бизнесе, в т.ч. в Интернет-маркетинге и электронной торговле?
5. Что такое контекстная реклама?
6. История возникновения контекстной рекламы.

7. Охарактеризуйте рекламу, связанную с интересами пользователя.
8. Охарактеризуйте рекламу, связанную с текстом.
9. Как работает контекстная реклама?
10. Проанализируйте рынок контекстной рекламы.
11. Опишите сервисы контекстной рекламы: Яндекс.Директ и Google AdWords.
12. Опишите сервисы контекстной рекламы: «Бегун», Rorер и MediaTarget.
13. Сертифицированные рекламные агентства и специалисты.
14. Каковы особенности социальных сетей?
15. Опишите социальные сети в России.
16. Как используют социальные сети в бизнесе?
17. Что такое таргетированная реклама?
18. Каковы особенности рекламы в чужих сообществах?
19. В чем суть привлечения клиентов с помощью собственного сообщества?
20. Контент сообщений в сообществах.
21. Опишите процесс создания и запуск сообщества.
22. Охарактеризуйте этапы раскрутки сообщества.
23. В чем суть повседневной работы с сообществом?
24. Опишите характерные черты рекламы в Facebook.
25. Реклама в «Одноклассниках» и в «Моем Мире»
26. Особенности рекламы в «ВКонтакте».
27. Настройка рекламной кампании в «ВКонтакте».
28. Организация ретаргетинга в «ВКонтакте».
29. Опишите характерные черты рекламы в Twitter.
30. Реклама в YouTube: содержание и форматы видеорекламы.
31. Запуск видеорекламы в YouTube.
32. Настройка видеокампании общего вида.
33. Настройка видеокампании, нацеленной на увеличение числа конверсий.
34. Настройка кампании, содержащей серию видеорекламы.
35. Настройка торговой видеокампании.
36. Где можно размещать видеорекламу?
37. Подключение аккаунта Instagram к странице Facebook через настройки Instagram.
38. Подключение аккаунта Instagram к странице Facebook с помощью бизнес- менеджера.
39. Создание рекламы для Instagram.
40. Интегрирование сайта с социальными сетями.
41. Опишите характерные черты рекламы в Twitter.
42. Реклама в YouTube: содержание в блогах.
43. Опишите характерные черты рекламы в Twitter.
44. Реклама в YouTube: содержание на форумах.
45. Что такое поисковая реклама?
46. Виды таргетинга.
47. Что такое контекстно-зависимая реклама?
48. Назовите типовые стратегии контекстных рекламных кампаний.
49. Назовите самые распространенные ошибки контекстных рекламных кампаний.
50. Автоматизация работы с контекстной рекламой.
51. В чем заключаются особенности инструмента «Написание контекстных объявлений»?
52. Опишите обязательные элементы контекстных объявлений: заголовки, основной текст,

отображаемая ссылка.

53. Опишите дополнительные элементы контекстных объявлений: быстрые ссылки, уточнения.
54. Оценка эффективности контекстной рекламы: цели и конверсия.
55. Опишите инструменты веб-аналитики.
56. Назовите методы повышения эффективности контекстных рекламных компаний
57. Исследование поведения пользователей до конверсии.
58. Кликфрод: причины, распознавание и борьба с ним.
59. Как зарабатывать, размещая контекстную рекламу на своем сайте?
60. Чем контент отличается от рекламы?

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции УК-1:**

Приблизительные темы для докладов-презентаций

(кроме того, студенты могут выбрать узко-специальные аспекты каждой из тем и сделать по ним доклады)

- 1. Теоретические основы контекстной рекламы**
- 2. Основные системы классической контекстной рекламы**
- 3. Анализ сайтов конкурентов**
- 4. Подготовка контекстных объявлений**
- 5. Особенности поисковых запросов, текстовая и визуальная составляющие объявления**

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции ПК-8:**

Приблизительные темы для докладов-презентаций

(кроме того, студенты могут выбрать узко-специальные аспекты каждой из тем и сделать по ним доклады)

- 1. Контекстные объявления в социальных сетях**
- 2. Особенности аналитики для контекстной рекламы в социальных сетях**
- 3. Инструменты веб-аналитики для контекстной рекламы**
- 4. Оценка эффективности контекстной рекламы**
- 5. Автоматизация работы с контекстной рекламой**



### **5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции ПК-9:**

Приблизительные темы для докладов-презентаций

(кроме того, студенты могут выбрать узко-специальные аспекты каждой из тем и сделать по ним доклады)

1. Этапы создания контекстного рекламного проекта
2. "Точки контакта" критичные по отношению к размещению контекстной рекламы
3. Анализ конкурентной среды в онлайн
4. Схема (структура) контекстной рекламной кампании и ее зависимость от особенностей проекта
5. Методы планирования и осуществления обратной связи для контекстной рекламной кампании

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад-презентация)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Комплексный подход, логичное изложение материала, понимание всех терминов и методов, использование литературы для профессионалов-контекстеров
не зачтено	недостаточное понимание материала, логика изложения нарушена

### **5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции УК-1:**

Перечень вопросов для СОБЕСЕДОВАНИЯ на семинарских занятиях (для оценки сформированности указанной компетенции) приведены выше в Разделе 4 "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся"

### **5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-8:**

Перечень вопросов для СОБЕСЕДОВАНИЯ на семинарских занятиях (для оценки сформированности указанной компетенции) приведены выше в Разделе 4 "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся"

### **5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-9:**

Перечень вопросов для СОБЕСЕДОВАНИЯ на семинарских занятиях (для оценки сформированности указанной компетенции) приведены выше в Разделе 4 "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся"

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Достаточный уровень понимания теоретических аспектов темы собеседования, свободное владение терминологией и специализированной литературой, знание различных практических методов контекстной рекламы и особенностей их применения
не зачтено	Недостаточный уровень освоения теоретических и практических аспектов темы собеседования

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые	Имеется минимальный набор навыков для	Продemonстрированы базовые навыки при решении	Продemonстрированы базовые навыки при решении	Продemonстрированы навыки при решении	Продemonстрирован творческий подход к решению

	навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	навыки. Имели место грубые ошибки	решения стандартных задач с некоторым и недочетами	стандартных задач с некоторым и недочетами	стандартных задач без ошибок и недочетов	нестандартных задач без ошибок и недочетов	нестандартных задач
--	--	-----------------------------------	--	--	--	--	---------------------

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

**5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

**5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции УК-1**

РАЗРАБОТАТЬ РЕКЛАМНЫЙ ПРОЕКТ В ЯндексДирект ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

**5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции ПК-8**

РАЗРАБОТАТЬ РЕКЛАМНЫЙ ПРОЕКТ В ЯндексДирект ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции ПК-9**

РАЗРАБОТАТЬ РЕКЛАМНЫЙ ПРОЕКТ В ВК ДЛЯ СОЦИАЛЬНОГО МЕДИА-РЕСУРСА

**Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задание)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Очень высокий уровень понимания теоретических аспектов реализованного проекта, свободное владение терминологией и специализированной литературой, знание всех особенностей практических методик для различных видов контекстной рекламы в рамках кейс-задания, владение технологиями всестороннего анализа для обратной связи и корректировки контекстного рекламного проекта, творческий креативный подход к реализации проекта
отлично	Высокий уровень понимания теоретических основ реализованного проекта, свободное владение терминологией и литературой, знание особенностей практических методик для различных видов контекстной рекламы в рамках кейс-задания, владение технологиями обратной связи и корректировки контекстного рекламного проекта, творческий подход к проекту
очень хорошо	Хороший уровень понимания теоретических аспектов проекта, владение терминологией и литературой, знание необходимых методик для различных видов контекстной рекламы в рамках кейс-задания, владение технологиями обратной связи и корректировки контекстного рекламного проекта, творческий подход
хорошо	Достаточно хороший уровень понимания теоретических аспектов проекта, знание необходимой терминологии и литературы, использование различных методик контекстной рекламы в рамках кейс-задания, владение технологиями обратной связи и корректировки контекстного рекламного проекта
удовлетворительно	Достаточный уровень понимания теоретических основ проекта и владения терминологией, использование необходимых методик контекстной рекламы в рамках кейс-задания, достаточное знание методов аналитики для корректировки контекстного рекламного проекта
неудовлетворительно	Недостаточный уровень понимания теоретических основ проекта и слабое владение терминологией, неумение корректно применять методики контекстной рекламы, незнание методов аналитики для корректировки рекламного проекта в рамках кейс-задания
плохо	Полное отсутствие теоретических знаний и практических навыков в сфере контекстной рекламы, кейс-задание не выполнено

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Васильев Геннадий Анатольевич. Электронный бизнес и реклама в Интернете : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)»; Учебное пособие. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 183 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01346-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?>

Action=FindDocs&ids=593504&idb=0.

2. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете : монография / Эйнштейн М. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. - ISBN 978-5-9614-6243-2., [https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?](https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=838814&idb=0)

Action=FindDocs&ids=838814&idb=0.

3. Интернет-реклама и pr : метод. указания к практическим занятиям. - Сочи : СГУ, 2020. - 42 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=755356&idb=0>.

#### Дополнительная литература:

1. Годин А.А. Интернет-реклама : Учебное пособие. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 168 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-00465-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=594150&idb=0>.

2. Москалев С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 менеджмент / Москалев С. М. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 99 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СПбГАУ - Экономика и менеджмент., [https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?](https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=779093&idb=0)  
Action=FindDocs&ids=779093&idb=0.

3. Николаева М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг / Николаева М. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2017. - 166 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции УрГПУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7186-0867-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=747042&idb=0>.

4. Шпаковский Вячеслав Олегович. Интернет-журналистика и интернет-реклама : Учебное пособие / Пензенский государственный университет. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-9729-0202-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=622797&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

#### ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система Гарант.

#### ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. ЭБС «Znanium. com» - <https://znanium.com>
2. ЭБС «Юрайт» - <https://urait.ru>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» - <http://biblioclub.ru>
4. НЭБ «eLIBRARY» - <http://elibrary.ru>

#### ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru/> - Базы данных официальной статистики: Федеральная служба государственной статистики.
2. <https://fedstat.ru/> - Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС).

## ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Новости рекламы и маркетинга <http://www.sostav.ru/>
2. Российская Государственная Библиотека: <http://www.rsl.ru>
3. Сайт профессионалов торговой деятельности <http://www.retail.ru>

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Белянцев Алексей Евгеньевич, кандидат физико-математических наук, доцент.

Рецензент(ы): Вилкова Евгения Викторовна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Рыжов Игорь Валерьевич, доктор исторических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.